

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN  
IMPOR BERLABEL HALAL MUI**

**(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Brawijaya Malang)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**Arif Widya Imanullah**

**145020501111039**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG**

**2018**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal MUI (Studi pada Mahasiswa Muslim S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)

Yang disusun oleh :

Nama : Arif Widya Imanullah  
NIM : 145020501111039  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Program Studi : Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **1 Oktober 2018** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dr. Sri Muljaningsih, SE., MSP  
NIP. 196104111986012001  
(Dosen Pembimbing)
2. Al muizzuddin Fazaalloh SE., ME  
NIP. 198604032015041002  
(Dosen Penguji I)
3. Dr. Asfi Manzilati SE., ME.  
NIP. 196809111991032003  
(Dosen Penguji II)

Malang, 8 Oktober 2018  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Islam,

Arif Hoeforo, SE., MT., Ph.D  
NIP 197009221995121002

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul :

**Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal MUI (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)**

Yang disusun oleh :


Nama : Arif Widya Imanullah  
NIM : 145020501111039  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Program Studi: Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

Malang, 12 September 2018  
Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Ekonomi Islam

Dosen Pembimbing,

  
Arif Hootoro. SE., MT., Ph.D  
NIP 197009221995121002

  
Dr. Sri Muljaningsih, SE., M.Sp.  
NIP 196104111986012001

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Arif Widya Imanullah**  
Tempat, tanggal lahir : **Kediri, 9 Juni 1996**  
NIM : **145020501111039**  
Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**  
Konsentrasi : **Ekonomi Islam**  
Alamat : **Jl. Ikan Nus 2 No. 27B Malang**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal MUI (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 September 2018

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

Yang membuat pernyataan,

Dr. Sri Muljaningsih, SE., M.Sp.  
NIP 196104111986012001



Arif Widya Imanullah  
NIM 145020501111039



Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Islam,

Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D  
NIP 197009221995121002



## RIWAYAT HIDUP



NAMA LENGKAP : ARIF WIDYA IMANULLAH  
TEMPAT & TANGGAL LAHIR : KEDIRI, 9 JUNI 1996  
JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI  
AGAMA : ISLAM  
TINGGI : 169 CM  
ALAMAT : JL TAMBANGAN NGADILUWIH, KEDIRI  
STATUS : BELUM MENIKAH  
WARGA NEGARA : REPUBLIK INDONESIA

## PENDIDIKAN FORMAL

2000 – 2002 : TK AISIYAH BA NGADILUWIH  
2002 – 2008 : SDN NGADILUWIH 1  
2008 – 2011 : SMPN 1 NGADILUWIH  
2011 – 2014 : SMAN 4 KOTA KEDIRI  
2014 – 2018 : UNIVERSITAS BRAWIJAYA

## **PENGALAMAN ORGANISASI**

2014 : Staff magang HMJIE Devisi Proket  
 2015 : Staff HMJIE Devisi Desain dan Produksi

## **PENGALAMAN KERJA**

Magang selama 30 hari kerja di BNI Syariah Kantor Cabang Kediri (2017)



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur yang sedalam-dalamnya saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas berkah dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal MUI (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Nurkholis, SE, M.Bus., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Arif Hoetoro. SE., MT., Ph.D. selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Dr. Sri Muljaningsih, SE., M.Sp. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala waktu, perhatian, serta bantuan pemikiran yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Orang tua tercinta, Bapak Widodo Imam dan Ibu Siti Umayah yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, dan doa yang tulus dan tidak pernah putus.

5. Sahabat dan teman yang membantu terbaik Dwi, Hafid, Sari, dan Rozikin yang selalu memberikan dukungan, doa dan terus berjuang buat masa depan.
6. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah bersedia sebagai responden di penelitian ini.
7. Teman-teman Angkatan 2014 Prodi Ekonomi Islam dan semua pihak yang turut membantu memberikan saran-saran terbaik bagi penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, aamiin.

Malang, 10 Oktober 2018

Arif Widya Imanullah



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>SAMPUL.....</b>   | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                                    | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>                                   | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR ORISIONALITAS.....</b>                                 | <b>iv</b>   |
| <b>RIWAYAT HIDUP.....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |             |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                       | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                      | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>                                     |             |
| 2.1 Kerangka Teori.....  | 8           |
| 2.1.1 Teori Permintaan .....                                     | 8           |
| 2.1.2 Teori Permintaan dalam Perspektif Islam .....              | 9           |
| 2.1.3 Harga dalam Perpektif Islam.....                           | 12          |
| 2.1.4 Pendapatan.....  | 13          |
| 2.1.5 Labelisasi Halal.....                                      | 14          |
| 2.1.6 Konsumsi dalam Islam.....                                  | 19          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                                    | 26          |
| 2.3 Kerangka Pikir.....  | 29          |
| 2.4 Hipotesis Penelitian.....                                    | 31          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                                 |             |
| 3.1 Jenis Penelitian.....  | 32          |
| 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....                             | 32          |
| 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian..... | 33          |
| 3.4 Populasi dan Penentuan Sampel.....                           | 34          |
| 3.4.1 Populasi.....  | 34          |

|  |    |
|--|----|
| 3.4.2 Sampel.....  | 34 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data.....   | 35 |
| 3.6 Metode Analisis Data.....  | 36 |
| 3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....  | 36 |
| 3.6.1.1 Uji Validitas.....   | 36 |
| 3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....  | 37 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....  | 37 |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....   | 38 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>   |    |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....  | 40 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....  | 40 |
| 4.2 Statistik Deskripsi Penelitian.....  | 44 |
| 4.2.1 Distribusi Variabel Pendapatan.....  | 44 |
| 4.2.2 Distribusi Variabel Harga.....   | 45 |
| 4.2.3 Distribusi Variabel Selera.....  | 45 |
| 4.2.4 Distribusi Variabel Label Halal.....   | 47 |
| 4.2.5 Distribusi Variabel Pembelian.....   | 47 |
| 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....  | 48 |
| 4.3.1 Uji Validitas.....   | 48 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas.....  | 49 |
| 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....  | 50 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....   | 51 |
| 4.5.1 Uji Normalitas.....  | 51 |
| 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....   | 54 |
| 4.5.3 Uji Multikolinearitas.....   | 55 |
| 4.6 Uji Hipotesis.....   | 56 |
| 4.6.1 Uji F Simultan.....  | 56 |
| 4.6.2 Uji t Parsial.....   | 57 |
| 4.6.3 Koefisien Determinasi.....   | 58 |
| 4.7 Pembahasan.....  | 59 |
| 4.7.1 Hubungan Variabel Pendapatan terhadap Permintaan<br>Makanan Impor Kemasan..... | 58 |
| 4.7.2 Hubungan Variabel Harga terhadap Permintaan Makanan<br>Impor Kemasan.....      | 60 |

|  |    |
|--|----|
| 4.7.3 Hubungan Variabel Selera terhadap Permintaan Makanan<br>Impor Kemasan.....               | 61 |
| 4.7.4 Hubungan Variabel PemahamanLabel Halal terhadap<br>Permintaan Makanan Impor Kemasan..... | 62 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |    |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 64 |
| 5.2 Saran.....   | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA.....  | 66 |
| LAMPIRAN.....  | 69 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                    | 27 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....                           | 33 |
| Tabel 3.2 Skala Likert.....  | 35 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 39 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 41 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jurusan.....                           | 41 |
| Tabel 4.4 Produk yang Sering Dibeli Responden.....                     | 41 |
| Tabel 4.5 Pendapatan Responden.....                                    | 42 |
| Tabel 4.6 Harga Produk Makanan Kemasan Impor yang Dibeli Responden.    | 43 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Variabel Selera..... | 44 |
| Tabel 4.8 Label Halal.....   | 45 |
| Tabel 4.9 Jumlah Pembelian Produk Kemasan Impor Oleh Responden.....    | 45 |
| Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Selera.....                          | 47 |
| Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda.....                          | 48 |
| Tabel 4.12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....                     | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....                            | 54 |
| Tabel 4.14 Uji F Simultan.....   | 55 |
| Tabel 4.15 Koefisien Korelasi dan Determinasi.....                     | 56 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....   | 9  |
| Gambar 2.2 Label Halal LPPOM MUI.....  | 15 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....   | 30 |
| Gambar 4.1 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 39 |
| Gambar 4.2 Persentase Respdnen Berdasarkan Usia.....                         | 41 |
| Gambar 4.3 Persentase Produk yang Sering Dibeli Responden.....               | 41 |
| Gambar 4.4: Normal P-P Plot of Regresion Standardized Residual.....          | 51 |
| Gambar 4.5: Scatterplot.....   | 53 |



**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK  
MAKANAN KEMASAN IMPOR BERLABEL HALAL MUI  
(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Malang)**

Arif Widya Imanullah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Email: arifimanullah96@gmail.com

**ABSTRAK**

*Seiring dengan adanya pasar bebas, jumlah penduduk yang besar ini menjadikan Indonesia sebagai pasar berbagai macam produk yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan data BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) terdapat 39.586 produk makanan kemasan impor yang terdaftar dan beredar di Indonesia hingga akhir tahun 2017. Salah satu hal yang jadi perhatian adalah kehalalan dari produk makanan kemasan impor tersebut. Hal ini menjadi cukup penting karena jumlah penduduk muslim di Indonesia merupakan mayoritas dan juga menjadi jumlah penduduk muslim terbesar didunia. Status kelhalal produk dapat dilihat pada label halal yang tertera di kemasan, namun sayangnya hanya sekitar 6,7% konsumen yang memperhatikan kelengkapan label produk pangan yang mereka beli, sedangkan 93,3% kurang memperhatikan atribut label pada kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Penelitian ini dilakukan di Universitas Brawijaya Malang pada 97 responden dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2014 hingga 2017. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel pendapatan, selera dan pemahaman label halal berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian produk kemasan impor berlabel halal MUI. Sedangkan, variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap pembelian pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.*

*Kata kunci: Permintaan konsumen, Makanan kemasan impor, Pendapatan, Harga, Selera, Label halal.*

---

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal dapat dilihat pada hasil sensus penduduk tahun 2010 yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah penduduk muslim berjumlah 207.176.162 jiwa atau 87 persen dari 237.641.328 jiwa penduduk Indonesia. Seiring dengan adanya pasar bebas, jumlah penduduk yang besar ini menjadikan Indonesia sebagai pasar berbagai macam produk yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan data BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) terdapat 39.586 produk makanan kemasan impor yang terdaftar dan beredar di Indonesia hingga akhir tahun 2017. Sedangkan data Kementerian Perdagangan, jumlah impor olahan pangan pada triwulan I tahun 2011-2012 mengalami peningkatan sebesar 1,28 persen. Makanan tersebut sebagian besar diimpor dari negara-negara seperti China, Malaysia, Singapura, dan wilayah ASEAN lainnya (Simanjuntak *et al*, 2015).

Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebutkan bahwa pada barang-barang sektor konsumsi dalam negeri melonjak sebesar 58,21%. Kenaikan tertinggi terjadi pada impor bahan makanan seperti makanan kemasan, buah-buahan, permen, serta gula. Permintaan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman (mamin) yang mengalami peningkatan membuat pangsa pasar makanan dan minuman khususnya pada produk impor ikut meningkat

Dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi produk makanan impor yang tidak bersertifikat halal atau telah bersertifikat halal dari negara asal produk impor memang tidak bisa dihindari. Kita sebagai konsumen harus lebih selektif dalam

memilih produk yang akan dikonsumsi. Dengan demikian apabila tidak terdapat jaminan halal pada produk, maka akan sulit memilih produk makanan yang halal dan *thoyyib*. Berdasarkan hasil kajian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), di Indonesia label pangan masih kurang mendapat perhatian dari konsumen. Hanya sekitar 6,7% konsumen yang memperhatikan kelengkapan label produk pangan yang mereka beli, sedangkan 93,3% adalah para konsumen yang kurang atau bahkan tidak memperdulikan kelengkapan label produk seperti tercantumnya label halal pada kemasan (Fitriah dan Kusumadinata, 2017).

Sebagian masyarakat Indonesia cenderung memilih makanan kemasan impor, karena makanan kemasan impor lebih unggul soal rasa dibandingkan dengan makanan kemasan lokal. Selain itu, dalam hal desain kemasan, dan warna kemasan makanan kemasan impor juga lebih unggul karena dinilai memudahkan konsumen, seperti dalam membungkus kembali makanan yang masih tersisa dengan adanya *reseable zipper* pada kemasan produk impor (Soegiono, 2012).

Beredarnya berbagai macam makanan kemasan impor menjadikan masyarakat muslim lebih selektif dalam memilih produk yang baik untuk dikonsumsi dimana tidak semua produk makanan impor telah berlabel halal MUI. Salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat muslim dalam kegiatan konsumsi adalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi, dilihat dari bahan ataupun cara pembuatan produk makanan. Mengonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap muslim, seperti yang terdapat dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 88 dan Al Baqarah 168.



وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُبِينٌ

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memperbolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikiran. Dan Dia juga melarang mereka mengikuti langkah-langkah setan, dalam tindakan-tindakannya yang menyesatkan para pengikutnya (Suhendrik,2016).

Dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bukan cuma halal, tetapi juga thayyib (baik). Para ulama menafsirkan thayyib sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan (Syahputra, 2017).

Indonesia memiliki lembaga yang dapat memberikan sertifikasi halal terhadap produk-produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Lembaga tersebut adalah LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini bertugas untuk memberikan sertifikasi halal kepada produk-produk makanan, obat-obatan dan kosmetik yang beredar di Indonesia. Produk yang telah mencantumkan label halal dari LPPOM-MUI

berarti secara proses pembuatan dan kandungan produk telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, sehingga dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim. Pemberian label halal ini juga memberikan kejelasan terhadap produk makanan impor sehingga masyarakat muslim tidak ragu apabila hendak mengkonsumsi.

Menurut MUI sekarang ini masyarakat dalam mengkonsumsi produk pangan cenderung lebih memperhatikan label kadaluarsa daripada label halal. Kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang awam tentang halal dan haram pada makanan cenderung bersikap masa bodoh dalam mengkonsumsi berbagai macam produk yang ada di pasaran. Artinya hanya sebagian orang saja yang memang sadar akan pentingnya label halal tersebut yang akan mencari tahu status kehalalan produk yang dikonsumsi (Aprizawarman, 2014). Berdasarkan penelitian Kurnia dan Sudrajat (2013) label halal MUI mempengaruhi 62% responden dalam memutuskan untuk membeli produk makanan kemasan impor. Hal ini menjelaskan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain dari masyarakat yang mempengaruhi pembelian produk makanan kemasan impor.

Penelitian yang dilakukan oleh Hussin, Hashim, Yusof, dan Alias (2013) terkait dengan minat membeli konsumen Muslim pada produk halal menunjukkan hal yang berbeda. Penelitian tersebut membuktikan bahwa komposisi atau bahan-bahan yang terdapat pada produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat membeli konsumen, sedangkan sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komposisi makanan berpengaruh positif terhadap minat membeli konsumen terhadap produk halal.

Universitas Brawijaya merupakan lembaga pendidikan tinggi negeri di Indonesia yang berdiri pada tahun 1963 di Kota Malang melalui Ketetapan Menteri Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan No. 1 tanggal 5 Januari

1963, kemudian disahkan oleh Keputusan Presiden no. 196 tahun 1963 yang kemudian tanggal 5 Januari ditetapkan sebagai hari lahir Universitas Brawijaya. Pada tanggal 29 November 2007, UB mendapat persetujuan Dirjen Dikti untuk menjadi perguruan tinggi otonom. Pada tanggal 10 Januari 2009, Universitas Brawijaya mendapatkan akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dan pada akreditasi selanjutnya tanggal 11 September 2014, Universitas Brawijaya kembali mendapatkan Akreditasi A.

Universitas Brawijaya terletak di Kota Malang dan disekitar kampus terdapat banyak tempat perbelanjaan seperti mall atau swalayan yang menjual berbagai barang dan produk makanan impor sehingga memungkinkan bagi mahasiswa untuk membeli produk yang variatif. Mahasiswa sendiri merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang mempunyai status karena mempunyai ikatan dengan perguruan tinggi (Sarwono, 1978). Salah satu fakultas yang ada di Universitas Brawijaya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, hal ini dipilih dikarenakan bagian dari lingkungan universitas dan mahasiswanya berasal dari berbagai latar belakang budaya, agama, suku yang berbeda, sehingga menjadi heterogen.

Cara untuk memastikan bahwa produk impor itu halal untuk dikonsumsi yaitu dengan cara melihat label halal MUI yang terdapat pada kemasan produk. Namun terdapat masyarakat yang mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan impor berlabel halal mui, menjadikan dilakukannya penelitian ini untuk melihat faktor-faktor konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan impor dengan variabel pendapatan, harga, selera dan labelisasi halal, berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian ini, dengan judul "Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian

Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal MUI (Studi pada Mahasiswa Muslim S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat di rumuskan masalah, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan kajian Ekonomi Islam.

#### 2. Manfaat Praktis

- Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pembaca dalam menggerakkan masyarakat untuk lebih memperhatikan dan peduli terhadap label halal MUI dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan impor.

- Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, dapat berguna sebagai sumbangan terhadap bidang keilmuan khususnya ilmu ekonomi serta tambahan wawasan.



- Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Kerangka Teori

##### 2.1.1 Teori Permintaan

Menurut Khusaini (2013), permintaan adalah permintaan seseorang terhadap suatu barang pada tingkat harga tertentu. Hubungan antara permintaan suatu barang dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dirumuskan dalam fungsi permintaan berikut:

$$D_x = F(P_x, P_y, Y/\text{cap},)$$

Dimana:

$D_x$  = Permintaan barang X

$P_x$  = Harga X

$P_y$  = Harga Y (barang substitusi atau komplementer)

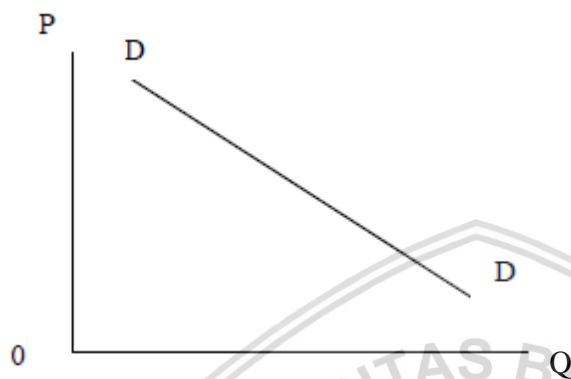
$Y/\text{cap}$  = Pendapatan perkapita

Dari fungsi tersebut dapat diartikan bahwa permintaan terhadap barang X dipengaruhi oleh harga barang X, harga barang Y, dan pendapatan perkapita. Dalam kenyataannya hubungan antara permintaan tidak selalu dipengaruhi oleh variabel tersebut, tetapi juga dapat dipengaruhi variabel lain seperti selera masyarakat, ekspektasi, distribusi pendapatan dan upaya peningkatan penjualan atau promosi.

Selera masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang atau jasa-jasa. Sebagai contoh, pada masa-masa tertentu orang lebih suka terhadap barang konsumsi yang bersifat instan, sehingga permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah. Akan tetapi pada saat yang lain orang akan meninggalkan barang konsumsi yang bersifat instan tersebut (karena mengandung bahan pengawet

yang berbahaya untuk kesehatan), sehingga permintaan terhadap barang konsumsi tersebut akan berkurang (Nuraini, 2016).

**Gambar 2.1: Kurva Permintaan**



Sumber: Khusaini, 2013

Kurva permintaan mempunyai kemiringan (*Slope*) negatif. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bila harga suatu barang turun maka jumlah yang diminta akan bertambah dan apabila harga barang naik maka jumlah yang diminta akan berkurang dengan asumsi hal-hal lain tetap atau *Ceteris Paribus* (Khusaini, 2013).

### **2.1.2 Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Secara keseluruhan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi konvensional hampir sama dengan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi Islam, namun ada batasan-batasan *syari'ah* yang harus diperhatikan oleh setiap muslim dalam meminta atau membeli sejumlah komoditas. Islam mengharuskan seorang muslim untuk membeli dan menggunakan komoditas yang halal dan *thayyib*, dan meninggalkan komoditas haram (Elvira, 2015).

Quraish Shihab dalam Tafsir al-Misbah menjelaskan bahwa komoditas yang dikategorikan haram ada dua yaitu haram karena zatnya, dan haram karena merugikan diri sendiri, tidak diizinkan pemiliknya. Sedangkan komoditas yang halal adalah komoditas yang tidak termasuk dalam dua macam ini. Islam juga melarang seorang muslim untuk berperilaku *israf* atau berlebih-lebihan dalam membelanjakan pendapatan sekalipun komoditas yang dibeli adalah komoditas halal. Dengan adanya aturan-aturan *syari'ah* yang mengikat setiap muslim seperti halal-haram suatu komoditas, maka pembahasan teori permintaan Islami lebih ditekankan kepada permintaan komoditas halal, komoditas haram, dan hubungan antara keduanya (Elvira, 2015).

#### **2.1.2.1 Permintaan Dalam Pilihan Halal-Halal**

Permintaan terhadap komoditas halal sama dengan permintaan dalam ekonomi konvensional, yaitu berbanding terbalik terhadap harga komoditas. Apabila harga naik, maka jumlah komoditas halal yang diminta akan berkurang, dan sebaliknya, apabila harga turun, maka jumlah komoditas halal yang diminta akan bertambah dengan asumsi faktor lain *ceteris paribus* (Elvira, 2015).

#### **2.1.2.2 Permintaan Dalam Pilihan Halal-Haram**

Permintaan yang dilakukan seorang muslim sesungguhnya harus permintaan yang dapat menciptakan *maslahah*, yaitu permintaan yang akan memberikan kepuasan dunia dan akhirat (berkah dunia dan akhirat). Ketika seorang muslim dihadapkan pada dua pilihan antara komoditas halal atau komoditas haram, maka secara rasional sebagai seorang muslim dengan sejumlah pendapatan yang dimiliki harus mengalokasikan seluruh pendapatannya hanya untuk mengonsumsi komoditas halal (Karim, 2016).

Begitu juga ketika seorang muslim dihadapkan pada komoditas halal yang harganya lebih mahal daripada harga komoditas haram, seperti di negara yang masyarakatnya mayoritas nonmuslim, harga komoditas yang berlabel halal cenderung lebih mahal bila dibandingkan dengan harga komoditas yang tidak berlabel halal, namun jika seorang muslim berperilaku sesuai dengan aturan-aturan *syari'ah* maka hal ini tidak akan memengaruhi permintaan atas komoditas halal, artinya seorang muslim akan tetap membeli komoditas yang berlabel halal meskipun harganya lebih mahal dari harga komoditas yang tidak diberi label halal. Dalam kondisi seperti ini hukum permintaan tidak berlaku, karena yang memengaruhi permintaan seorang muslim adalah *maslahah* (Elvira, 2015).

#### **2.1.2.3 Permintaan Barang Haram Dalam Keadaan Darurat**

Pada prinsipnya seorang muslim diberikan pilihan hanya untuk mengkonsumsi komoditas yang halal dan *thayyib*, sehingga dalam mencapai keberkahan tidak ada permintaan atas komoditas haram kecuali dalam keadaan darurat. Menurut para ulama keadaan darurat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang mengancam keselamatan jiwa, dimana sifat dari darurat adalah sementara sehingga permintaan atas komoditas haram hanya bersifat insidental. Secara matematis permintaan terhadap komoditas haram dalam keadaan darurat bukan fungsi dari harga komoditas haram, adanya permintaan atas komoditas haram hanya dikarenakan adanya faktor keadaan yang dapat mengancam keselamatan jiwa bukan karena faktor harga komoditas haram tersebut. sehingga dengan demikian hukum permintaan tidak berlaku pada komoditas haram (Elvira, 2015).

### 2.1.3 Harga Dalam Perspektif Islam

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar agar menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil. (Karim, 2016)

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan. (Karim, 2016) Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Bentuk ketidakadilan yang dilarang, yaitu seperti berikut:

1. Talaqqi rukban diarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa kekota ini (entry barrier) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.



3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
4. Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
5. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
6. Transaksi najasy dilarang karena si penjual menaruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
7. Ikhtikar dilarang yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
8. Ghaban faa-hisy (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

#### 2.1.4 Pendapatan

Pengertian pendapatan berdasarkan BPS (*Badan Pusat Statistik*) yaitu keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa berupa uang dari segala hasil kerja atau usahanya baik dari sektor formal maupun non formal yang terhitung dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan permintaan terhadap berbagai jenis barang, berbagai jenis barang tersebut dapat digolongkan menjadi dua yaitu barang normal dan inferior. Barang normal yaitu barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen, sedangkan barang inferior yaitu barang yang permintaannya menurun jika terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen (Nuraini, 2016).

Pada objek mahasiswa, pedapatan dapat disamakan dengan uang saku yang diberikan oleh orang tua. Hal ini karena kebutuhan hidup mahasiswa sebagian besar masih ditanggung oleh orang tua atau keluarga sehingga pedapatannya berasal dari orang tua meskipun terdapat beberapa mahasiswa yang telah bekerja dan mendapatkan penghasilan sendiri.

### 2.1.5 Labelisasi Halal

Islam mengatur umatnya untuk mengonsumsi yang halal dan baik, hal ini seperti yang telah dijelaskan dalam Surat An-Nahl ayat 114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.”*

Diketahuinya suatu produk pangan itu halal atau tidak halal bagi kaum muslim umumnya dapat diketahui melalui pencantuman label halal pada kemasan produk. Kata halal dalam tulisan Arab pada label sebuah produk pangan biasanya ditemukan konsumen dalam kemasan sebagai bentuk pernyataan dari pihak produsen yang mengindikasikan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi oleh umat Islam, atau terhindar dari unsur-unsur sebagaimana diharamkan oleh ajaran Islam (Bayu, 2013).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, tentang label halal dan iklan pangan yang dicantumkan pada kemasan produk. Label halal yang dicantumkan dalam suatu produk pangan dalam kemasan harus didasarkan atas sertifikat halal yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan dimana sertifikat halal tersebut dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang yaitu Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 10 Nomor 69 Tahun 2010, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan, obat-obatan maupun kosmetik yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Produk pangan olahan yang dapat diajukan untuk setifikasi dan labelisasi halal yaitu:

1. Produk yang telah terdaftar di Badan POM (mempunyai MD untuk produk dalam negeri dan ML untuk produk luar negeri).
2. Produk yang telah mempunyai nomor PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan.

**Gambar. 2.2 Label halal LPPOM MUI**



Sumber: [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat Islam. Sertifikat ini merupakan syarat apabila ingin mendapatkan pencantuman label halal dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Burhanuddin, 2011).

Menurut Burhanuddin (2011), sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Syarat kehalalan suatu produk diantaranya:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan cara yang diatur menurut syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar. Secara ringkas, syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya.

Menurut Burhanuddin (2011) aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:

#### 1. Proses Pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

- a. Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih.
- b. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
- d. Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

#### 2. Bahan Baku Utama

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

#### 3. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk proses rekayasa. Rekayasa genetika adalah suatu proses yang melibatkan pemindahan gen pembawa sifat dari suatu jenis

hayati ke jenis hayati lain yang berbeda atau sama untuk mendapatkan jenis batu yang mampu menghasilkan produk pangan yang lebih unggul. Sedangkan Iradiasi pangan merupakan metode penyinaran terhadap pangan, baik dengan menggunakan zat radioaktif maupun akselerator untuk mencegah terjadinya pembusukan dan kerusakan serta membebaskan pangan dari jasad renik patogen.

#### 4. Efek

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum.
- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara. Pengadaan Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya sebenarnya bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk.

Masa berlaku sertifikat halal adalah dua tahun. Hal tersebut untuk menjaga konsistensi produksi produsen selama berlakunya sertifikat. Sedangkan



untuk daging yang diekspor Surat Keterangan Halal diberikan untuk setiap pengapalan.

### 2.1.6 Konsumsi dalam Islam

Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktifitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim. Hal seperti ini dapat menghindari pola hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan terhindar dari konsumsi yang tidak perlu. Allah SWT berfirman dalam surat Ali 'imran ayat 180;

وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ  
لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلِلَّهِ مِيرَاثُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝

*“Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karunia-Nya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka.”*

Sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. Harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. Dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Perilaku konsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan

menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain. Dengan keadaan ini maka Islam menjamin terbangunnya pembangunan masyarakat yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial. Allah berfirman dalam surat an-Nisa ayat 29;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Bahwa dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam arti, perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam. Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, aspek kesucian merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Kesucian disini tidak hanya diartikan bersih secara lahiriah dari unsur-unsur yang kotor dan najis tetapi juga suci dan bersih dari hasil atau proses yang tidak sesuai aturan Islam dalam hal memperoleh suatu barang, yang akan dikonsumsi seperti dari hasil korupsi, suap, menipu, mencuri, berjudi dan sebagainya. Makanan dan minuman yang terkontaminasi dengan unsur-unsur yang kotor dan najis akan berakibat buruk bagi kesehatan. Islam menganjurkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal serta mengandung unsur

yang dibutuhkan oleh tubuh seperti vitamin, protein dan mineral. Secara seimbang pada sisi lain Islam mengharamkan makanan seperti babi, anjing, darah, bangkai, dan binatang sembelihan yang disembelih tidak atas nama Allah dan minuman keras (Yuliadi, 2001).

Islam melarang perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecerendungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus. Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain (bersifat subyektif). Keinginan seringkali tidak selalu sejalan dengan rasionalitas, karenanya bersifat tak terbatas dalam kuantitas maupun kualitasnya. Kekuatan dari dalam ini yaitu jiwa atau hawa nafsu yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda pula. Dalam ajaran Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*mudarat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat (Anto, 2003).

Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut sebagai kebutuhan (*need*). Kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya (Anto, 2003). Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat obyektif, serta mendatangkan manfaat dan kemashlahatan disamping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun material. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat

manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya (Edwin, 2010).

Menurut Asy-Syathibi dalam Fuad (2009), rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari 3 tingkatan, yaitu:

#### 1. Kebutuhan *Dharuriyyat*

Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai daripada keinginan (*want*). Keinginan hanya ditetapkan, berdasarkan konsep *utility*, tetapi kebutuhan didasarkan atas konsep *masalah*. Adapun kebutuhan *dharuriyyat* mencakup lima unsur pokok, yaitu: *Hifzh al-Din* (pemeliharaan agama), *Hifzh al-Nafs* (pemeliharaan jiwa), *Hifzh al-Aql* (pemeliharaan akal), *Hifzh al-Nasl* (pemeliharaan keturunan), *Hifzh al-Mal* (pemeliharaan harta).

Lima kebutuhan *dharuriyyat* yang mencakup lima hal diatas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Manusia hanya dapat melangsungkan hidupnya dengan baik jika kelima macam kebutuhan itu terpenuhi dengan baik pula.

#### 2. Kebutuhan *al-hajjiyyah*

Kebutuhan *al-hajjiyyah* adalah suatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan.

#### 3. Kebutuhan *al-tahsiniyyah*

Kebutuhan *al-tahsiniyyah* dimaksudkan untuk mewujudkan dan memelihara hal-hal yang menunjang peningkatan kualitas kelima pokok kebutuhan mendasar manusia dan menyangkut hal-hal yang terkait akhlak mulia. Dengan kata lain *al-tahsiniyyah* dimaksudkan agar manusia

dapat melakukan yang terbaik untuk penyempurnaan pemeliharaan lima unsur pokok.

Dari ketiga kebutuhan manusia diatas, maka konsumsi *dharuriyat* harus lebih diutamakan daripada kebutuhan *hajiyyat* dan *tahsiniyat*. Karena posisi *hajiyyat* dan *tahsiniyat* layak dipenuhi apabila seorang konsumen punya kelebihan uang setelah yang *dharuriyat* telah terpenuhi terlebih dahulu.

Menurut (Hakim, 2012) ada beberapa prinsip konsumsi bagi seorang muslim. Prinsip tersebut didasari dari ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW dan perilaku sahabat, prinsip-prinsip tersebut antara lain:

#### 1. Prinsip syari'ah

##### a. Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi “ibadah” dalam rangka mendapat ridha Allah SWT sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-An'am Ayat 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“ Katakanlah: Sesungguhnya shalatku, ibadahku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semata alam”.

##### b. Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak memiliki

kemudharatan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ  
كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*“ Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”*

c. Memperhatikan bentuk konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum (*maximum utility*), terlepas dari keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal Tuhan.

2. Prinsip kuantitas

a. Sederhana, tidak bermewah-mewahan

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, berada di antara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang maha pengasih, seperti yang disebutkan dalam firman-Nya, surat Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara demikian.”*



b. Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitnah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Di mana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

3. Prinsip prioritas

Prioritas atau urutan konsumsi alokasi harta menurut syari'at Islam, antara lain:

a. Untuk nafkah diri, istri, dan saudara

Nafkah diri, manusia diwajibkan untuk memenuhi kebutuhan diri dan mendahulukannya atas pemenuhan kebutuhan orang lain. hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW: *"Mulailah dengan dirimu sendiri. Maka bersedekahlah untuk diri itu. Kelebihan suatu yang kamu miliki adalah untuk keluargamu dan kelebihan selanjutnya adalah untuk para kerabatmu."*

Nafkah istri, nafkah harus dipenuhi suaminya karena ikatan dirinya kepada suaminya. Status istri telah menyebabkan ia telah diserahkan kepada suaminya, Konsekuensinya suamilah yang menanggung keperluan (nafkah)nya.

Nafkah kerabat, sebab wajibnya nafkah tersebut adalah adanya keharaman untuk memutuskan silaturahmi. Saudara laki-laki dan perempuan serta semua kerabat yang masuk dalam kategori ini.

Nafkah bagi pihak yang membantu istri. Dalam mengerjakan pekerjaan rumah, ketika ada orang yang membantu istri maka nafkahnya

menjadi tanggung jawab suami dari istri tersebut. Besarnya nafkah tergantung situasi dan kondisi atau kesepakatan, karena merupakan upah atau gaji.

b. Untuk memperjuangkan agama Allah

Di antara karunia Allah yang diberikan kepada hamba mukmin-Nya adalah karunia berupa harta dan adanya semangat untuk membelanjakan harta itu di jalan yang dibenarkan oleh syari'at. Di antara jalan yang dibenarkan syari'at adalah membelanjakan harta di jalan Allah.

#### 4. Prinsip Moralitas

Perilaku konsumsi seorang muslim dalam berkonsumsi juga memerhatikan nilai prinsip *moralitas*, di mana mengandung arti ketika berkonsumsi terhadap suatu barang, maka dengan rangka menjaga martabat manusia yang mulia, berbeda dengan makhluk Allah lainnya. sehingga dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika (tertib) yang disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW.

#### 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Anggraeni, Amaliah, dan Riani (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap produk makanan kemasan berlabel halal dan tidak berlabel halal pada masyarakat Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif diskriptif dengan sumber data primer dan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel selera berpengaruh paling signifikan terhadap pembelian dibandingkan harga, pendapatan, dan atribut produk.

Penelitian kedua dilakukan oleh Candra (2017), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan preferensi masyarakat dalam memilih makanan halal pada Masyarakat Perum Griyashanta RW 12 Kota Malang. Jenis

penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan regresi linier. Variabel independennya pemahaman makanan halal, faktor sosial, faktor psikologis dan variabel dependennya preferensi masyarakat memilih makanan halal. Dari penelitian ini didapat hasil bahwa variabel pemahaman makanan halal, faktor sosial, dan faktor psikologis berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat memilih makanan halal.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Hussin, Hashim, Yusof, dan Alias (2013), tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minat membeli konsumen muslim pada produk halal. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komposisi makanan terhadap minat beli.

Penelitian keempat dilakukan oleh Kurnia dan Sudrajat (2013), tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan impor. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, adanya labelisasi halal maka akan mempengaruhi keputusan konsumen muslim untuk membeli dan mengonsumsi produk makanan impor dalam kemasan.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama                                       | Judul  | Jenis Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|-----|--|--|--|--|
| 1.  | Anggraeni, Ima Amaliah, Westi Riani (2016) | Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal (Studi Masyarakat Bandung) | Kuantitatif Diskriptif Var. Harga, Selera, Pendapatan, dan Atribut | Dari hasil kuesioner faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat terhadap produk makanan kemasan berlabel halal dan tidak berlabel halal adalah harga dengan (74,2), pendapatan dengan |

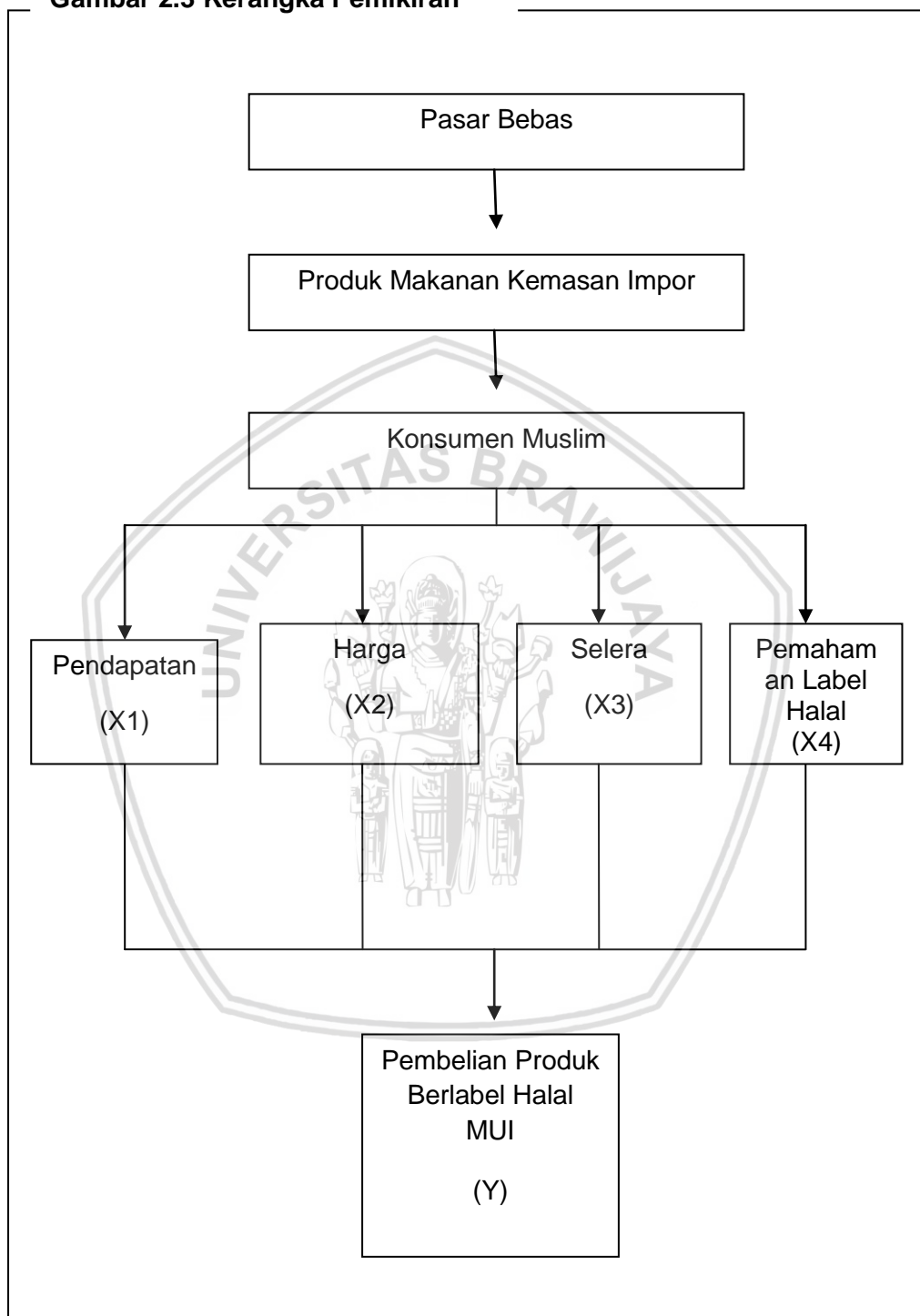
|    |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|
|    |   |   |   | (62,8), selera dengan (77,0) dan atribut produk dengan (73,3). Artinya hal yang menjadi pertimbangan utama masyarakat Kota Bandung dalam memilih produk makanan kemasan berlabel halal dan tidak berlabel halal adalah karena masyarakat mempunyai tingkat cita rasa pada produk yang disukainya. |
| 2. | Chandra Dwi Prawira Hardiyanto (2017)   | Pemahaman dan Preferensi Masyarakat dalam Memilih Makanan Halal (Studi pada Masyarakat Perum Griyashanta RW 12 Kota Malang) | Kuantitatif<br>Var. independen<br>Pemahaman halal, Faktor Sosial, Faktor Psikologis,<br>Var. dependen preferensi masyarakat memilih makanan halal<br><br>Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier | Bahwa variabel pemahaman halal, faktor social dan faktor psikologis berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat memilih makanan halal.   |
| 3. | Hussin, Hashim, Yusof, dan Alias (2013) | Minat Membeli Konsumen Muslim pada Produk Halal.  | Kuantitatif dengan var. independen<br>sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komposisi makanan<br>Var depenen minat beli produk halal  | variabel sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komposisi makanan berpengaruh positif terhadap minat beli. Variabel komposisi makanan tidak berpengaruh terhadap minat beli  |

|    |   |  |  |  |
|----|---|--|--|--|
| 4. | Dewi Kurnia Sari dan Ilydia Sudrajat (2013) | Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara | Kuatitatif Var independen Label halal Var dependen Keputusan pembelian | terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, adanya labelisasi halal maka akan mempengaruhi keputusan konsumen muslim untuk membeli dan mengkonsumsi produk makanan impor dalam kemasan. |
|----|---|--|--|--|

### 2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir diperlukan dalam suatu penelitian agar tujuan penelitian dapat berjalan sistematis, melalui tahapan-tahapan yang diperlukan peneliti. Penelitian ini berfokus untuk melihat hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel independen yang digunakan adalah pendapatan, harga, selera, dan labelisasi halal dengan variabel dependen permintaan makanan kemasan impor berlabel halal MUI.

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

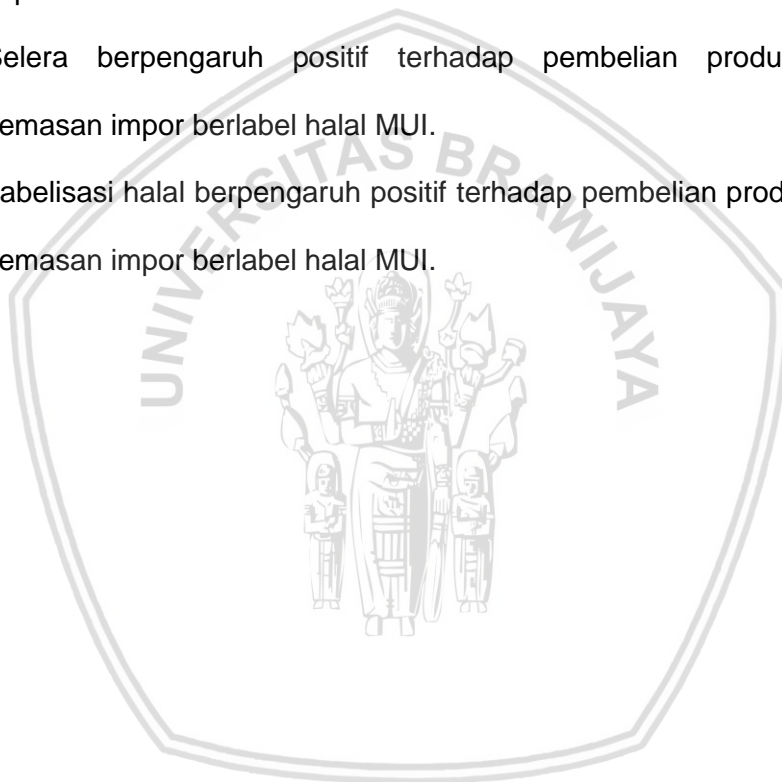




## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya di dalam penelitian. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

1. Pendapatan berpengaruh positif terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.
2. Harga berpengaruh positif terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.
3. Selera berpengaruh positif terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.
4. Labelisasi halal berpengaruh positif terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitiann yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dalam penelitian ini tidak menggunakan penelitian jenis kualitatif, karena penelitian ini bermaksud meneliti tentang data yang berbentuk angka. (Kasiram, 2008)

Adapun metode statistik yang digunakan dalam menganalisis data yaitu, statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang berlokasi kota malang serta berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan berasal dari berbagai daerah serta memiliki latar kebudayaan yang berbeda-beda. Waktu penelitian dimulai pada bulan Mei 2018, sampai dengan terpenuhinya jumlah sampel yang dibutuhkan.

#### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai

objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

| Variabel   | Konsep Variabel   | Indikator  | Satuan         |
|--|---|--|----------------|
| Pendapatan (X1)  | Menggambarkan jumlah pendapatan setiap konsumen terhadap konsumsi produk    | Rata-rata pendapatan yang diterima setiap bulan pada 5 bulan terakhir.   | Rupiah         |
| Harga (X2)   | Nilai yang dikorbankan oleh konsumen terhadap manfaat dari produk           | Rata-rata harga produk makanan kemasan impor yang biasa dibeli setiap bulan pada 5 bulan .   | Rupiah         |
| Selera (X3)  | Keinginan pelanggan dari produk yang dikonsumsi                             | 1. Kesesuaian kemasan bagi konsumen terhadap produk<br>2. Kesesuaian rasa bagi konsumen terhadap produk<br>3. Kesesuaian kualitas yang diharapkan bagi konsumen terhadap produk<br>4. Kesesuaian rasa , kualitas dan kemasan bagi konsumen terhadap produk | Skala Likert   |
| Pemahaman Label Halal (X4)                             | Pengetahuan label dan pemahaman tentang pencantuman label halal pada produk | 1: Mengetahui label Halal<br>0: Tidak mengetahui label Halal   | Variabel Dummy |
| Pembelian Makanan Impor Kemasan Berlabel Halal MUI (Y) | Permintaan produk makanan kemasan impor                                     | Jumlah produk makanan kemasan impor yang dibeli dalam lima bulan.  | Jumlah produk  |

### 3.4 Populasi dan Penentuan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Jumlah populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Menurut Sugiyono (2009) dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya digunakan teknik *purposive sampling* karena penelitian sudah menentukan terlebih dahulu sampel yang akan dipakai yaitu mahasiswa yang mengkonsumsi makanan kemasan impor untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.

Dalam Penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana:

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah anggota populasi

e = persen kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Dengan menggunakan e sebesar 10%, maka jumlah sampel dari rumus Slovin tersebut dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{3742}{1 + (3742 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{3742}{38,42}$$

$$n = 97,39$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang harus diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 97 responden, untuk mewakili jumlah populasi dan akurasi data yang di dapat.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung (Sugiyono, 2009). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner yang diisi oleh responden. Kuisisioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009).

Variabel penelitian ini seluruhnya dinyatakan dalam bentuk angka. Untuk variabel bebas  $X_2$ , skala perhitungannya menggunakan skala *likert*, dimana skala *likert* merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dimana menggunakan empat kriteria, yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju yang akan diisi dalam bentuk *checklist* (Sugiyono, 2009). Berikut tabel 3.2 yang menunjukkan skor dari skala *likert*.

**Tabel 3.2: Skala Likert**

| Alternatif Jawaban  | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju       | 4    |
| Setuju              | 3    |
| Tidak Setuju        | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | 1    |

### 3.6 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan hasil data dari responden. Analisis deskriptif berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data serta penyajiannya yang biasanya dalam bentuk tabulasi baik secara grafik dan atau numerik (Ghozali, 2005).

#### 3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian

##### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang menunjukkan seberapa jauh suatu instrumen memiliki ketepatan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus kolerasi *Product Moment* dengan menggunakan rumus dalam buku Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi (Sujarweni, 2015):

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi X dan Y

N = Jumlah responden

X = Skor Variabel

Y = Skor total dari variabel untuk responden ke-n



Tolak ukur validitas yang digunakan apabila koefisien korelasi  $r$  terhitung  $> r$  table pada taraf signifikan 5% (0.05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Apabila telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat sebagai ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama pada kesempatan yang berbeda.

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *alphacronbach* dengan menggunakan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka lebih besar 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel (Mustafa, 2009).

### 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi. Regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2013). Pemilihan alat analisis ini diambil untuk menjawab hipotesis sebelumnya. Regresi Linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu independen variabel terhadap dependen variabel (Wijaya, 2013). Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 x_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pembelian produk makanan kemasan impor

X1 = Pendapatan

X2 = Harga

X3 = Selera

X4 = Label Halal

e = Residual Error dari masing-masing variabel

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dengan dasar pengambilan keputusan (Ghozali 2011) antara lain:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; dan
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Gozali (2011) uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas di dalam model regresi yaitu dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerancenya. Apabila nilai  $VIF < 10$  atau nilai  $tolerance > 0,10$ , maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinieritas antar variabel independen. Uji t menguji pengaruh variabel independen digunakan t, yang berfungsi untuk menguji koefisien regresi linear berganda secara parsial. Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, dengan derajat 5%. Rumus uji t adalah:

$$t_{hitung} = b - \beta Sb$$

Dimana:

B = Koefisien regresi

Sb = Standar error *the regression coefficient*

Pengujian uji t dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi t dengan signifikansi 5%, yaitu:

- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas kesalahan  $< 5\%$  atau 0,05 maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas kesalahan  $> 5\%$  atau 0,05 maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

##### 4.1.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden akan diuraikan dalam bentuk diagram dan tabel dengan penjelasan deskriptif. Gambaran umum ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai responden dan kaitannya dengan masalah-masalah dan tujuan penelitian. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner secara online kepada 97 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti yaitu jenis kelamin, usia dan jurusan. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut.

##### a. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

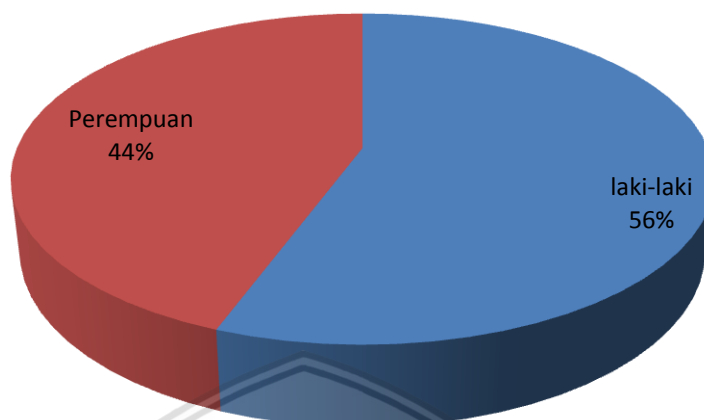
Jenis Kelamin akan mempengaruhi permintaan seseorang dalam pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Hasil data berdasarkan jenis kelamin digambarkan pada tabel dan diagram berikut:

**Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah |
|---------------|--------|
| Laki-laki     | 54     |
| Perempuan     | 43     |
| Jumlah        | 97     |

Sumber: Data Primer (2018)

**Gambar 4.1: Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel dan diagram diatas dapat dilihat bahwa responden laki-laki berjumlah 54 dengan persentase 56% dan responden perempuan berjumlah 43 dengan persentase 44% Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh jenis kelamin laki-laki.

**b. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

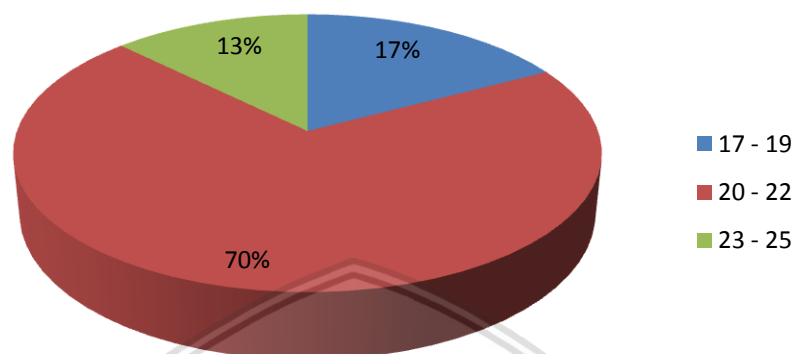
Usia responden dapat mewakili kelompok usia terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Data deskriptif mengenai usia responden digambarkan pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| No. | Usia    | Jumlah |
|-----|---------|--------|
| 1   | 17 - 19 | 15     |
| 2   | 20 - 22 | 61     |
| 3   | 23 - 25 | 11     |

Sumber: Data Primer (2018)

**Gambar 4.2: Persentase Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, dapat dilihat bahwa usia responden paling banyak yaitu dengan usia 20 hingga 22 tahun sebanyak 61 responden atau 70%. Rentang usia 17 hingga 19 tahun sebanyak 15 responden atau 17% dan rentang usia 23 hingga 25 sebanyak 11 responden atau 13%.

**c. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan**

Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya mempunyai 3 jurusan yaitu ilmu ekonomi, akuntansi, dan manajemen. Masing jurusan diambil beberapa responden dimana datanya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:



**Tabel 4.3: Responden Berdasarkan Jurusan**

| Jurusan      | Jumlah |
|--------------|--------|
| Ilmu Ekonomi | 44     |
| Akuntansi    | 23     |
| Manajemen    | 30     |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden dari jurusan ilmu ekonomi sebanyak 44 responden akuntansi sebanyak 23 responden dan manajemen sebanyak 30 responden.

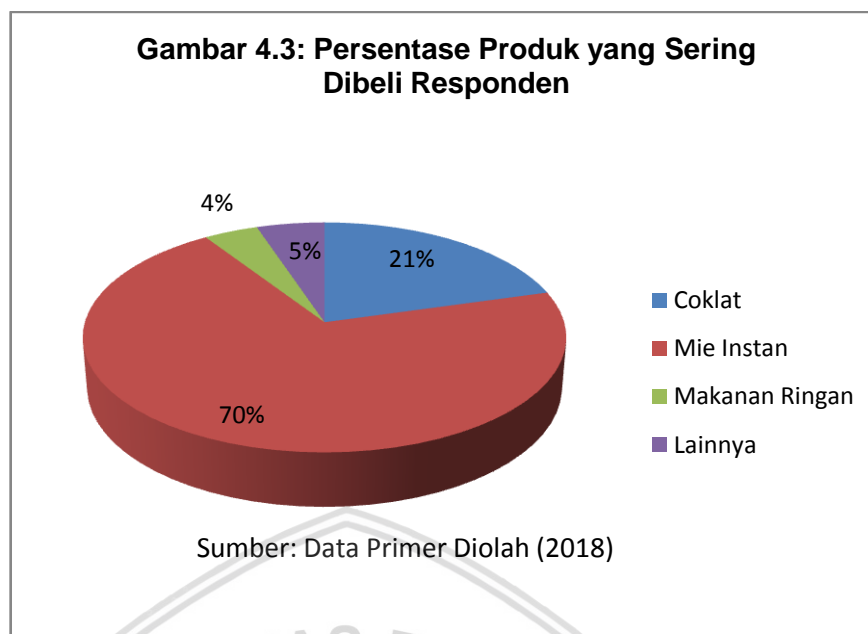
**d. Deskripsi Responden Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli**

Terdapat berbagai jenis makanan kemasan impor yang dikonsumsi oleh responden diantaranya seperti berikut:

**Tabel 4.4: Produk yang Sering Dibeli Responden**

| No. | Jenis Makanan  | Jumlah |
|-----|----------------|--------|
| 1.  | Mie instan     | 68     |
| 2.  | Coklat         | 20     |
| 3.  | Makanan ringan | 4      |
| 4.  | Lainnya        | 5      |

Sumber: Data Primer (2018)



## 4.2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian

### 4.2.1 Distribusi Variabel Pendapatan

Dalam penelitian ini variabel pendapatan ( $X_1$ ) merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi pembelian. Data pendapatan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5: Pendapatan Responden**

| Pendapatan                    | Jumlah | Persentase |
|-------------------------------|--------|------------|
| Rp. 0 – Rp. 1.000.000         | 57     | 58,8%      |
| Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000 | 37     | 38,1%      |
| >Rp. 2.000.000                | 3      | 3,1%       |
| Total                         | 97     | 100%       |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pendapatan responden paling banyak terdapat pada interval Rp. 0 hingga Rp. 1.000.000 sebanyak 57 responden atau 58,8%. Pada interval Rp. 1.100.000 hingga Rp. 2.000.000

sebanyak 37 responden atau 38,1%, sedangkan yang terkecil terdapat pada responden dengan pendapatan Rp. 2.000.000 keatas sebanyak 3 atau 3,1%.

#### 4.2.2 Distribusi Variabel Harga

Dalam penelitian ini variabel Harga ( $X_2$ ) merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi pembelian. Harga produk makanan kemasan impor yang dibeli responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6: Harga Produk Makanan Kemasan Impor yang Dibeli Responden**

| Harga                   | Jumlah | Persentase |
|-------------------------|--------|------------|
| Rp.1.000 – Rp. 10.000   | 28     | 28,9%      |
| Rp. 11.000 – Rp. 20.000 | 48     | 49,5%      |
| Rp. 21.000 – Rp. 30.000 | 7      | 7,2%       |
| Rp. 31.000 – Rp. 40.000 | 5      | 5,1%       |
| >Rp. 40.000             | 9      | 9,3%       |
| Total                   | 97     | 100%       |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dalam membeli makanan kemasan impor dengan rentang harga Rp. 1.000 hingga Rp.10.000 sebanyak 28 responden atau 28,9%, Rp. 11.000 hingga Rp.20.000 sebanyak 48 responden atau 49,5%, Rp. 21.000 hingga Rp.30.000 sebanyak 7 responden atau 7,2%, Rp. 31.000 hingga Rp.40.000 sebanyak 5 responden atau 5,1%, dan Rp 40.000 keatas sebanyak 9 atau 9,3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa makanan kemasan impor yang dibeli responden mayoritas dengan rentang harga Rp. 11.000 hingga Rp. 20.000.

#### 4.2.3 Distribusi Variabel Selera

Dalam penelitian ini variabel selera merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi pembelian. Pernyataan yang diajukan kepada responden

sebanyak 4 pernyataan dan hasil penelitian responden terhadap selera ( $X_3$ ) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7: Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Variabel Selera**

| No. | Pernyataan  | Skala Nilai |               |               |               | Total        |
|-----|---|-------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
|     |   | STS         | TS            | S             | SS            |              |
| 1.  | Rasa dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                       | 0<br>(0%)   | 11<br>(11,3%) | 66<br>(68,1%) | 20<br>(20,6%) | 97<br>(100%) |
| 2.  | Kemasan dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                    | 0<br>(0%)   | 7<br>(7,2%)   | 74<br>(76,3%) | 16<br>(16,5%) | 97<br>(100%) |
| 3.  | Kualitas dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                   | 0<br>(0%)   | 10<br>(10,3%) | 55<br>(56,7%) | 32<br>(33%)   | 97<br>(100%) |
| 4.  | Rasa, kemasan, dan kualitas dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli akan mempengaruhi dalam pembelian berikutnya. | 0<br>(0%)   | 4<br>(4,1%)   | 52<br>(53,6%) | 41<br>(42,3%) | 97<br>(100%) |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel selera ( $X_3$ ) sebagian besar menjawab setuju. Apabila dilihat berdasarkan jumlah responden yang menjawab setuju pada pernyataan 1 yang menjawab setuju sebanyak 66 orang atau 68,1%, untuk pernyataan 2 yang menjawab setuju sebanyak 74 orang atau 76,3%, untuk pernyataan 3 yang menjawab setuju sebanyak 55 orang atau 56,7% dan untuk pernyataan 4 yang menjawab setuju sebanyak 52 orang atau 53,6%.

#### 4.2.4 Distribusi Variabel Pemahaman Label Halal

Dalam penelitian ini variabel Pemahaman Label Halal merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi pembelian. Hasil penelitian terhadap variabel label halal ( $X_4$ ) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8: Pemahaman Label Halal**

| Pernyataan  | Jawaban       |             | Total        |
|---|---------------|-------------|--------------|
|   | Ya            | Tidak       |              |
| Dalam membeli produk makanan kemasan impor saya mengetahui dan memperhatikan label halal MUI. | 92<br>(94,8%) | 5<br>(5,2%) | 97<br>(100%) |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel label halal ( $X_4$ ) sebagian besar menjawab ya dari pernyataan tersebut sebanyak 92 orang atau 94,8%. Responden yang menjawab tidak sangat sedikit yaitu sebanyak 5 orang atau 5,2%.

#### 4.2.4 Distribusi Variabel Pembelian

Pembelian merupakan variabel dependen atau terikat yang dipengaruhi oleh variabel independen atau bebas yaitu pendapatan, harga, selera dan label halal. Data jumlah pembelian yang dilakukan responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9: Jumlah Pembelian Produk Kemasan Impor Oleh**

**Responden**

| Pembelian | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------|------------|
| 1 - 5     | 69     | 71,2%      |
| 6 - 10    | 27     | 27,8%      |
| >10       | 1      | 1%         |
| Total     | 97     | 100%       |

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah produk makanan kemasan impor yang dibeli dalam 5 bulan terakhir (Januari hingga Mei 2018) Sejumlah 1 hingga 5 sebanyak 69 orang atau 71,2%, 6 hingga 10 sebanyak 27 orang atau 27,8%, dan 10 keatas sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa makanan kemasan impor yang dibeli responden dalam 5 bulan terakhir mayoritas 1 hingga 5 produk.

### **4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Penelitian ini dilakukan menggunakan penyebaran kuisioner terhadap 97 responden sehingga diperoleh data yang bersifat primer dan terdapat variabel yang perlu diuji dengan beberapa pengujian. Hal ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat menyajikan data yang akurat. Pengujian dilakukan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

#### **4.3.1 Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas dari instrumen kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data agar dapat diketahui apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan melihat  $r$  hitung dan  $r$  tabel dari setiap item pernyataan melalui pengolahan data yang dilakukan dengan program SPSS 16.0. Setiap item pernyataan dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji validitas variabel selera ( $X_3$ ) dalam penelitian ini dari setiap item pernyataan sebagai berikut:



**Tabel 4.10: Uji Validitas Variabel Selera**

| No.                         | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----------------------------|----------|---------|------------|
| X <sub>3</sub> Pertanyaan 1 | 0,743    | 0.199   | Valid      |
| X <sub>3</sub> Pertanyaan 2 | 0,589    | 0.199   | Valid      |
| X <sub>3</sub> Pertanyaan 3 | 0,674    | 0.199   | Valid      |
| X <sub>3</sub> Pertanyaan 4 | 0,586    | 0.199   | Valid      |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel selera yang terdapat pada tabel 4.10 korelasi pada 4 item pernyataan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel selera dapat dikatakan memenuhi kriteria valid atau dapat digunakan untuk mengukur variabel. Nilai r tabel di dapat dari  $df=N-2$  dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.199.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi jawaban kuesioner. Pada penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan program SPSS 16.0. Menurut kaidah reabilitas *Guilford* instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,7 atau lebih. Hasil analisis statistik uji reliabilitas dari variabel selera, nilai cronbach's alpha diketahui sebesar 0,735 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh hasil pada tabel 4.11 berikut:

**Tabel 4.11: Hasil Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |        |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model                     |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |
| 1                         | (Constant)       | -3.930                      | 1.654      |                           | -2.376 |
|                           | Ln X1 Pendapatan | .643                        | .099       | .469                      | 6.483  |
|                           | Ln X2 Harga      | -.581                       | .090       | -.527                     | -6.450 |
|                           | X3 Selera        | .123                        | .034       | .287                      | 3.602  |
|                           | X4 Label Halal   | .450                        | .196       | .160                      | 2.290  |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\text{LnY} = -3,930 + 0,643\text{Ln}x_1 - 0,581\text{Ln}x_2 + 0,123x_3 + 0,450x_4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Variabel Pendapatan

Nilai koefisien pendapatan (X1) sebesar 0,643 menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X1) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,643 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah. Jika pendapatan bertambah

1%, maka permintaan akan meningkat 0,642% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

b. Variabel Harga

Nilai koefisien harga ( $X_2$ ) sebesar -0,581 menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien -0,581 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh berlawanan arah. Jika harga bertambah 1%, maka permintaan akan menurun 0,581% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

c. Variabel Selera

Nilai koefisien selera ( $X_3$ ) sebesar 0,123 menunjukkan bahwa variabel selera ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,123 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah. Jika selera bertambah 1%, maka permintaan akan meningkat 0,123% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

d. Variabel Pemahaman Label Halal

Nilai koefisien label halal ( $X_4$ ) sebesar 0,450 menunjukkan bahwa variabel label halal ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,450 menunjukkan bahwa variabel label halal dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah dengan signifikansi 0,24.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang

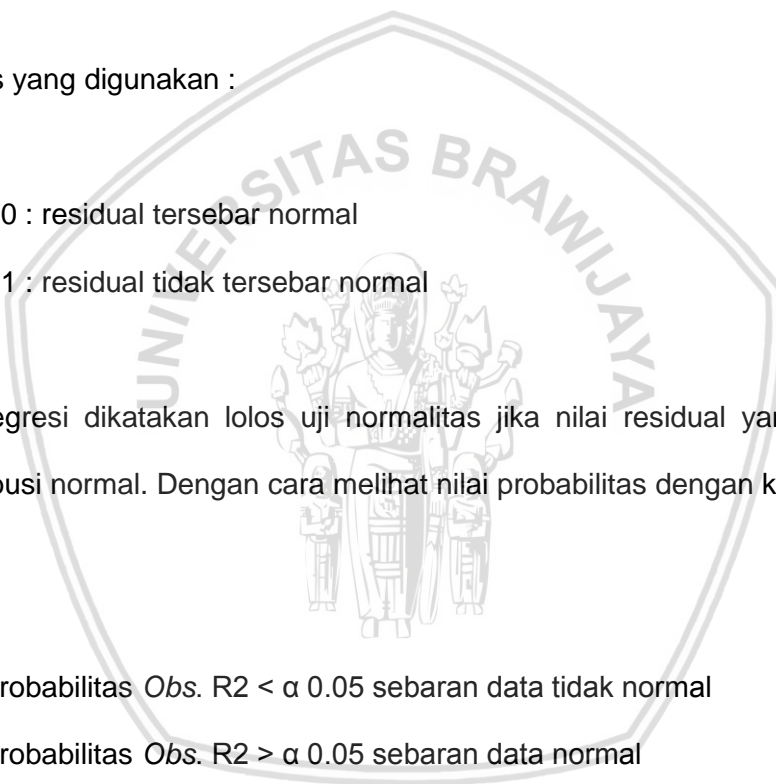
memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Alfian, 2015). Selain itu juga dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan ketentuan sebagai berikut :

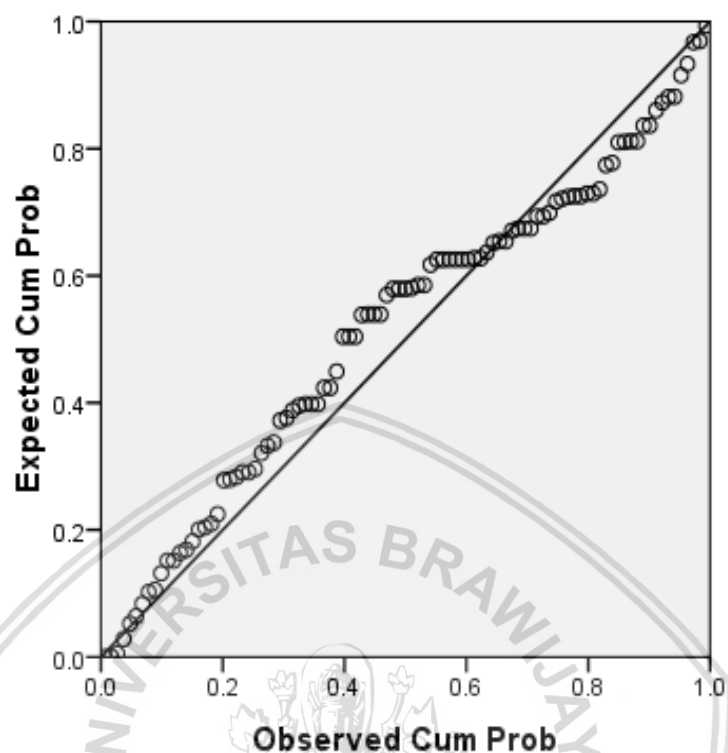
Hipotesis yang digunakan :

1.  $H_0$  : residual tersebar normal
2.  $H_1$  : residual tidak tersebar normal

Model regresi dikatakan lolos uji normalitas jika nilai residual yang diperoleh berdistribusi normal. Dengan cara melihat nilai probabilitas dengan kriteria antara lain :

1. Probabilitas Obs.  $R^2 < \alpha$  0.05 sebaran data tidak normal
2. Probabilitas Obs.  $R^2 > \alpha$  0.05 sebaran data normal



**Gambar 4.4: Normal P-P Plot of Regresion Standardized Residual**

Pada gambar hasil uji normalitas pada gambar grafik terlihat bahwa data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini menyatakan bahwa uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak dilakukan secara hati-hati, secara visual terlihat normal namun secara statistik tidak, atau sebaliknya secara visual tidak normal namun secara statistik normal. Oleh karena itu pengujian juga dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* seperti pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                |                | Unstandardized Residual |
|--------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                              |                | 97                      |
| Normal Parameters <sup>a</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                | Std. Deviation | 1.78099600              |
| Most Extreme Differences       | Absolute       | .071                    |
|                                | Positive       | .071                    |
|                                | Negative       | -.040                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z           |                | .696                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)         |                | .718                    |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

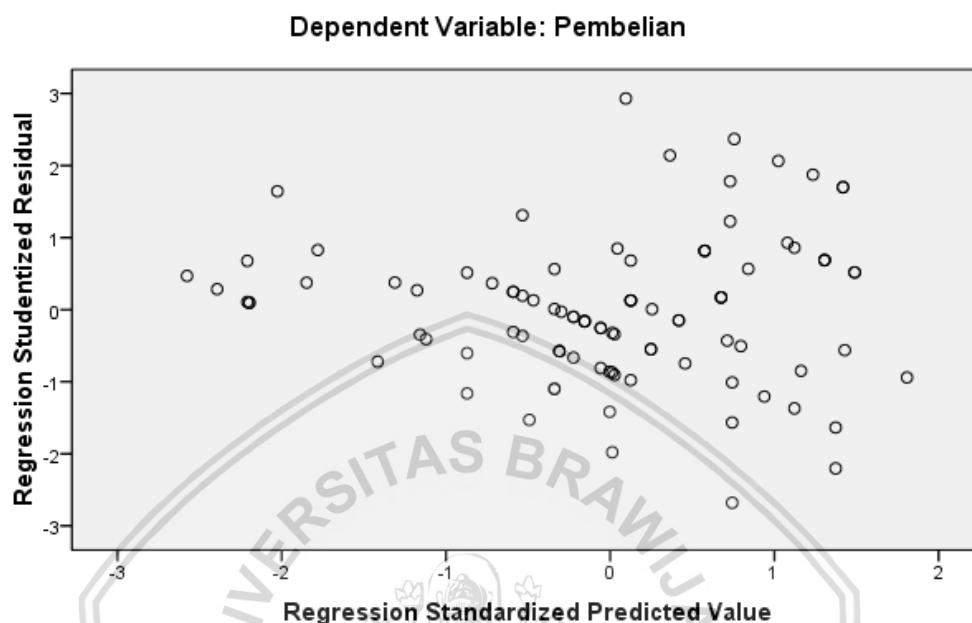
Pada tabel terlihat bahwa hasil uji normalitas pada data residual uji Kolmogorov-Smirnov Z diperoleh angka probabilitas sebesar 0,696 dengan tingkat signifikan 0,718. Diketahui nilai probabilitas 0,696 lebih besar dari 0.05, maka  $H_0$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi terjadinya nilai relevan yang berbeda dari setiap varian variabel bebas dalam model regresi. Masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan *scatterplot* yaitu dengan memplotkan *standardized predictors* dengan *standardized residual* model. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil *scatterplot* yang didapatkan dari output SPSS pada gambar berikut ini:



Gambar 4.5: Scatterplot



#### 4.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* < 0.1 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *Tolerance* > 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas yang didapatkan dari output SPSS pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel       | Tolerance | VIF   |
|----------------|-----------|-------|
| X1 Pendapatan  | ,879      | 1,137 |
| X2 Harga       | ,681      | 1,468 |
| X3 Selera      | ,753      | 1,328 |
| X4 Label Halal | ,971      | 1,030 |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, nilai *tolerance* semua variabel lebih dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas antar variabel bebas.

#### 4.6 Uji Hipotesis

Model regresi yang telah didapatkan diuji terlebih dahulu secara simultan dan parsial. Pengujian model regresi secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F atau ANOVA dan pengujian model regresi secara parsial dilakukan dengan uji T.

##### 4.6.1 Uji F Simultan

Pengujian secara simultan menggunakan uji F atau pengujian model bertujuan untuk menguji signifikan atau tidak hasil dari analisis regresi. Apakah variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat. Jika hasilnya signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Didapatkan hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4.14: Uji F Simultan

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 21.069         | 4  | 5.267       | 29.472 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 16.443         | 92 | .179        |        |                   |
|       | Total      | 37.512         | 96 |             |        |                   |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Dari tabel diatas didapat nilai signifikan F hitung 29,472 lebih besar dari F tabel 2.47 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari *alpha* 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, harga, selera dan label halal mempunyai pengaruh terhadap variabel permintaan.

#### 4.6.2 Uji t Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Pengujian ini dilakukan untuk melihat kuat tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat.

Nilai t hitung berdasarkan tabel 4.11 untuk variabel pendapatan sebesar 6,483 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,000 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 6,450 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai t hitung untuk variabel selera sebesar 3,602 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,037 Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel selera berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai  $t$  hitung untuk variabel pemahaman label halal sebesar 2,290 lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,986, dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu 0,028 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman label halal berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial.

#### 4.6.3 Koefisiensi Determinasi

Untuk mengetahui kontribusi variabel bebas pendapatan, harga, selera, dan label halal terhadap variabel terikat pembelian digunakan nilai  $R^2$  yang terdapat pada Tabel 4.15 dibawah ini.

**Tabel 4.15: Koefisien Korelasi dan Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .753 <sup>a</sup> | .566     | .547              | 1.65338                    |

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.14 diperoleh hasil Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,547 yang berarti bahwa 54,7% variabel Pembelian akan dipengaruhi pendapatan, harga, selera, dan label halal. Sedangkan sisanya 45,3% variabel pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu pendapatan, harga, selera, dan label halal terhadap variabel pembelian, nilai  $R$  (koefisien korelasi) sebesar 0,753 nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara

variabel bebas yaitu pendapatan, harga, selera, dan label halal dengan pembelian adalah sebesar 0,753 yang menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh yang cukup kuat.

#### 4.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.12, maka interpretasi dari model regresi menunjukkan pengaruh oleh masing-masing variabel independen yakni pengaruh variabel pendapatan, variabel harga, variabel selera, dan variabel label halal terhadap pembelian produk makanan kemasan impor yang dijelaskan sebagai berikut :

##### 4.7.1 Hubungan Variabel Pendapatan terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan

Pada penelitian ini variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel pendapatan adalah positif, artinya semakin besar pendapatan mahasiswa, maka permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal akan mengalami peningkatan. Koefisien regresi sebesar 0,643 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Bermakna jika pendapatan mahasiswa bertambah 1%, dengan syarat variabel bebas lain tetap, maka rata-rata permintaan akan meningkat sebesar 0,643%. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa pendapatan memiliki dampak positif terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal.

Tingkat pendapatan masyarakat yaitu ( $income=I$ ) dapat digunakan untuk konsumsi ( $consumption=C$ ) dan tabungan ( $saving= S$ ). Hubungan ketiganya dapat terbentuk sebuah persamaan  $I=C+S$ , dimana besar kecilnya pendapatan yang diterima seseorang akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin besar tingkat pendapatan seseorang maka akan meningkatkan konsumsi yang lebih

tinggi, dan apabila tingkat pendapatan rendah maka tingkat konsumsi akan cenderung rendah pula.

Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa besaran pendapatan mempengaruhi jumlah pengeluaran yang dilakukan, termasuk pada pembelian sebuah produk atau jasa. Hal ini berpengaruh karena pendapatan merupakan salah satu faktor pendorong konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Apabila pendapatan turun maka pembelian yang dilakukan akan menurun karena konsumen akan menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan primer seperti, kebutuhan sandang, pangan dan papan, sehingga pembelian barang yang tidak sebagai prioritas lebih dikesampingkan. Sehingga pembelian produk makanan impor belabel halal MUI akan dipengaruhi oleh pendapatan, apabila pendapatannya tinggi maka kuantitas pembelian produk akan lebih banyak dibandingkan dengan konsumen dengan pendapatan yang lebih rendah.

#### **4.7.2 Hubungan Variabel Harga terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan**

Pada penelitian ini variabel harga berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel harga adalah negatif, artinya semakin mahal harga produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI, maka permintaan produk akan mengalami penurunan. Koefisien regresi sebesar -0,581, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Bermakna jika harga produk bertambah 1%, dengan syarat variabel bebas lain tetap, maka rata-rata permintaan akan menurun sebesar 0,581%.

Pada teori permintaan dijelaskan bahwa kurva permintaan mempunyai kemiringan (*Slope*) negatif. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bila harga suatu barang turun maka jumlah yang diminta akan

bertambah dan apabila harga barang naik maka jumlah yang diminta akan berkurang dengan asumsi hal-hal lain tetap atau *Ceteris Paribus* (Khusaini, 2013).

Berdasarkan teori tersebut dapat diuraikan bahwa harga menjadi salah satu indikator permintaan atas suatu produk oleh konsumen. Konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk akan mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen akan mempertimbangkan mana produk yang dinilai memiliki harga paling murah. Konsumen akan melihat harga sebagai faktor penentu dalam pembelian suatu produk terhadap keputusan dalam pembelian. Kesesuaian harga tersebut biasanya juga akan dipertimbangkan melalui dapat yang dirasakannya manfaat dan kualitas yang sedang dibutuhkan oleh konsumen. Harga sendiri memiliki definisi sebagai adalah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh suatu produk (Mandey, 2013).

Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga dari produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI mempengaruhi jumlah permintaan dari mahasiswa, dimana semakin murah harga produk membuat jumlah pembelian semakin banyak, begitu pula sebaliknya.

#### **4.7.3 Hubungan Variabel Selera terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan**

Pada penelitian ini variabel selera berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel selera adalah positif, artinya semakin besar kesesuaian produk terhadap selera, maka permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal akan mengalami peningkatan maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.



Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa selera memiliki dampak positif terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal. Hal ini sesuai dengan teori permintaan dimana selera merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan. Kesesuaian rasa, kemasan dan kualitas dari produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI terhadap harapan atau keinginan kosumen mahasiswa menjadi faktor penentu permintaan produk tersebut.

Pada variabel selera, pengaruh yang terjadi tidak terlalu besar dikarenakan terdapat variabel lain yang memiliki pengaruh lebih besar dari pembelian konsumen yaitu variabel harga dan pendapatan. Selera konsumen mempengaruhi keputusan pembeli pada saat sebelum menentukan barang yang akan dibeli sehingga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen. Selera konsumen tinggi berarti ketertarikan dalam membeli barang tersebut juga akan semakin besar sehingga pembelian terpengaruhi oleh variabel selera.

#### **4.7.3 Hubungan Variabel Pemahaman Label halal terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan**

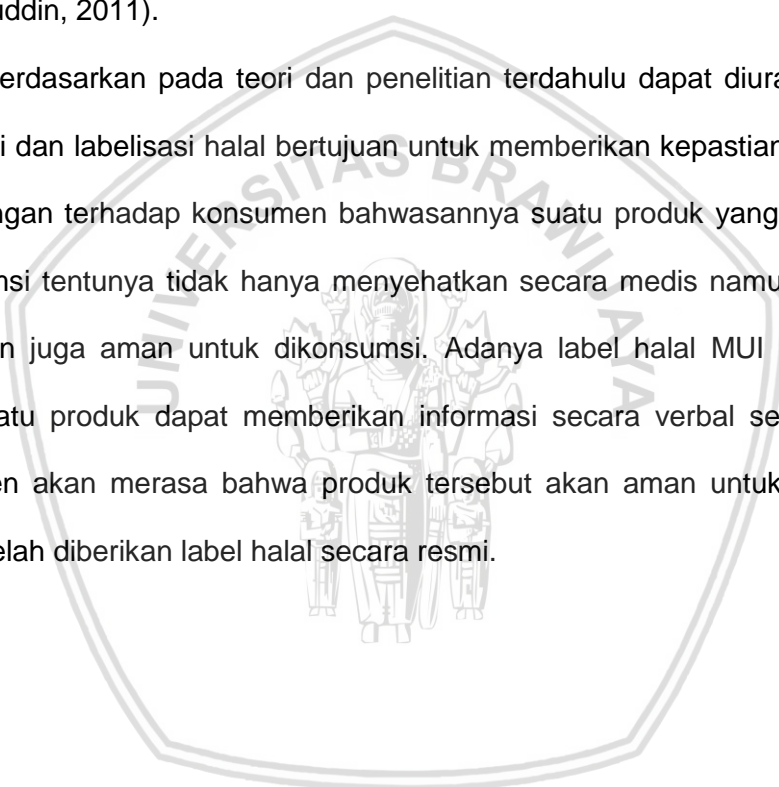
Pada penelitian ini variabel label halal memiliki nilai signifikan sebesar 0,024 yang berarti ada pengaruh label halal terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel label halal adalah positif. artinya responden peduli terhadap label halal dalam membeli produk makanan kemasan impor. Koefisien regresi sebesar 0,450 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal, respoden peduli terhadap label halal yang terdapat pada kemasan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang

dilakukan oleh Kurni dan Sudrajat (2013), dimana label halal mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan kemasan impor.

Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat Islam. Sertifikat ini merupakan syarat apabila ingin mendapatkan pencantuman label halal dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Burhanuddin, 2011).

Berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu dapat diuraikan bahwa sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen bahwasannya suatu produk yang dibeli untuk dikonsumsi tentunya tidak hanya menyehatkan secara medis namun juga telah layak dan juga aman untuk dikonsumsi. Adanya label halal MUI yang tertera pada suatu produk dapat memberikan informasi secara verbal sehingga para konsumen akan merasa bahwa produk tersebut akan aman untuk dikonsumsi karena telah diberikan label halal secara resmi.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil analisis penelitian dan pembahasan mengenai analisis permintaan konsumen terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI studi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dapat disimpulkan:

1. Pendapatan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal. Hal ini telah sesuai dengan teori permintaan dimana pendapatan merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan.
2. Harga produk makanan kemasan impor berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Hal ini telah sesuai dengan teori permintaan dimana harga merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan.
3. Selera mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal. Hal ini telah sesuai dengan teori permintaan dimana selera merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan.
4. Pengetahuan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor pada mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang artinya mahasiswa peduli terhadap label halal.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat berguna dalam penelitian ini. Beberapa hal yang dapat disarankan antara lain:

1. Sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang sebaiknya lebih memperhatikan setiap makanan yang akan dikonsumsi termasuk dalam keberadaan label halal MUI pada kemasan produk makan impor, mengingat tidak semua produk makanan impor memiliki label halal. Pengetahuan mengenai makanan halal dan pihak yang berhak mengeluarkan label halal terus ditingkatkan.
2. Bagi pihak perusahaan atau importir makanan yang ada di Indonesia diharapkan untuk mendaftarkan produk-produk yang akan dipasarkan agar memiliki label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan keamanan dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan impor.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain agar hasil analisis mengenai permintaan makanan kemasan impor lebih menyakinkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Amaliah, Riani. 2016. Preferensi masyarakat terhadap produk makanan kemasan berlabel halal. *Prosiding Ilmu Ekonomi Universitas Islam Bandung*. Vol 4.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Aprizawarman, Eko. 2014. Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Label Halal Pada Produk Pangan di Kota Padang (Studi Kasus: Kecamatan Padang Utara dan Padang Selatan). Padang: Universitas Andalas Padang.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Laporan Komposisi Agama di Indonesia*. <http://www.bps.go.id> Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018
- Badan Pusat Statistik (2010). *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provisi Tahun 2010*. <http://www.bps.go.id> Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. *Cek Produk BPOM*. <http://cekbpom.pom.go.id>. Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018
- Bayu, Dimas. 2013. *Peran LPPOM MUI Terkait Peredaran Berbagai Jenis Label Halal Pada Produk Makanan yang Beredar di Pasaran*. Semarang: Unnes.
- Boediono. 2010. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum: Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: Uin Maliki Press.
- Dwi, Candra. 2017. Pemahaman dan preferensi masyarakat dalam memilih makanan halal. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol 5, No. 2.
- Edwin, Mustafa, dkk. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Elvira, Rini. 2015, Teori permintaan komparasi dalam perspektif ekonomi konvensional dengan ekonomi islam. *Jurnal Islamika* Vol 15
- Fuad, Zaki. 2009. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Imamudin, Yuliadi. 2001. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam.
- Karim, Adiwarman. 2016. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Khusaini, Mohammad. 2012. *Ekonomi Mikro Dasar-Dasar Teori*. Malang: UB Press.
- Kurnia, Dewi., Sudrajat. 2013 Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran USU. *Jurnal USU Vol 1 No 4*.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Mustafa EQ, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nuraini, Ida. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. (2018). *Data Profil Perguruan Tinggi Universitas Brawijaya*. <http://www.forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi> Diakses pada 26 Februari 2018.
- Soegiono, Fellycia. 2012. Impor vs lokal: studi kasus tentang keputusan membeli makanan kemasan. *Jurnal Ilmiah UBAYA Vol 1 No 1*.
- Sudarsono, Heri. 2002. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.





**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG  
Jln. MT. Haryono No.165, Malang.**

---

## **KUISIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum. Wr.Wb

Saya Arif Widya Imanullah selaku mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sedang melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul "Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Kemasan Impor Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Apabila saudara/i mahasiswa aktif FEB UB dan pernah membeli makanan kemasan impor diharapkan bersedia menjadi responden untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini merupakan instrumen penelitian dalam rangka penulisan skripsi. Diharapkan responden mengisi kuisisioner ini sebaik-baiknya dan mengisi semua pernyataan yang ada. Atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

Nama Responden :

Usia :

Jurusan :

Angkatan :



### 1. Pendapatan

Pendapatan/uang saku yang saudara diterima setiap Bulan

Rp.

Sumber Pendapatan:

- ☐ Orang tua
- ☐ Pendapatan Sendiri
- ☐ Beasiswa

(Pilih salah satu)

### 2. Harga

Harga produk makanan impor yang sering saudara dibeli

Rp.

Jenis Makanan impor yang sering dibeli:

- ☐ Coklat
- ☐ Mie
- ☐ Biskuit
- ☐ Makanan ringan
- ☐ Lainnya. Sebutkan...

(Pilih salah satu)

### 3. Selera

(Beri tanda pada kolom jawaban yang tersedia)  
Keterangan:

| No. | Pernyataan  | STS | TS | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|----|
| 1   | Rasa dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                       |     |    |   |    |
| 2   | Kemasan dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                    |     |    |   |    |
| 3   | Kualitas dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli sesuai dengan yang diharapkan.                                   |     |    |   |    |
| 4   | Rasa, kemasan, dan kualitas dari produk makanan kemasan impor yang saudara beli akan mempengaruhi dalam pembelian berikutnya. |     |    |   |    |

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

#### 4. Label Halal

Dalam membeli produk makanan kemasan impor saya memperhatikan dan memahami label halal MUI yang terdapat dalam kemasan.

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

#### 5. Pembelian

Berapa jumlah produk makanan kemasan impor yang saudara beli dalam 5 bulan terakhir?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10
- ☐ >10, Sebutkan....

